2022-2027年中国纺织服装行业市场发展现状及投资前景展望报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国纺织服装行业市场发展现状及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//channel/clothing/760656.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2017-2021年国际纺织服装所属行业分析
1.1国际纺织服装行业发展概况
1.1.1全球纺织服装行业规模
1.1.2全球纺织服装行业发展现状
1.1.3全球纺织服装企业发展状况
1.1.4全球纺织服装市场竞争分析
1.1.5欧洲纺织服装行业消费规模
1.2美国
1.3韩国
1.4日本
1.5其他国家和地区
1.5.1欧盟
1.5.2俄罗斯
1.5.3孟加拉
1.5.4越南
第二章 2017-2021年中国纺织服装行业发展环境分析
2.1纺织服装行业政治法律环境（P）
2.1.1行业主要政策法规
2.1.2政策环境对行业的影响
2.2行业经济环境分析（E）
2.2.1经济发展现状分析
2.2.2当前经济主要问题
2.2.3未来经济运行与政策展望
2.2.4宏观经济环境对行业的影响分析
2.3行业社会环境分析（S）
2.3.1纺织服装产业社会环境
2.3.2社会环境对行业的影响
2.4行业技术环境分析（T）

2.4.1纺织服装技术分析
2.4.2行业主要技术发展趋势
2.4.3技术环境对行业的影响
第三章 2017-2021年中国纺织服装所属行业深度分析
3.1中国纺织服装行业发展背景综述
3.1.1产业链发展分析
3.1.2国际市场需求复苏
3.1.3国内市场消费升级
3.1.4行业发展特点分析
3.1.5企业经营成本较高
3.2 2017-2021年中国纺织服装所属行业运营状况分析
3.2.1所属行业销售规模
3.2.2所属行业经营效益
3.2.3企业发展分析
3.3 2017-2021年中国纺织服装业产业集群解析
3.3.1产业集群基本概述
3.3.2产业集群面临机遇
3.3.3产业集群面临挑战
3.3.4集群发展影响因素
3.3.5产业集群发展战略
3.4 2017-2021年纺织服装行业品牌发展分析
3.4.1纺织服装品牌发展特点
3.4.2纺织服装奢侈品牌发展
3.4.3本土品牌发展分析
3.4.4本土品牌发展策略
3.4.5品牌推广策略分析
3.5中国纺织服装行业发展面临的问题分析
3.5.1行业面临困境
3.5.2行业存在问题
3.5.3行业发展难题
3.5.4产业升级障碍
3.6中国纺织服装行业发展策略分析
3.6.1行业发展对策建议
3.6.2行业对应解决措施
3.6.3品牌价值提升战略

3.6.4产业升级对策分析
第四章 2017-2021年中国纺织服装所属行业财务状况
4.1中国纺织服装所属行业经济规模
4.1.1 2017-2021年纺织服装业所属行业销售规模
4.1.2 2017-2021年纺织服装业所属行业利润规模
4.1.3 2017-2021年纺织服装业所属行业资产规模
4.2中国纺织服装所属行业盈利能力指标分析
4.2.1 2017-2021年纺织服装业所属行业销售毛利率
4.2.2 2017-2021年纺织服装业所属行业成本费用利润率
4.2.3 2017-2021年纺织服装业所属行业销售利润率
4.3中国纺织服装所属行业营运能力指标分析
4.3.1 2017-2021年纺织服装业所属行业应收账款周转率
4.3.2 2017-2021年纺织服装业所属行业流动资产周转率
4.3.3 2017-2021年纺织服装业所属行业总资产周转率
4.4中国纺织服装所属行业偿债能力指标分析
4.4.1 2017-2021年纺织服装业所属行业资产负债率
4.4.2 2017-2021年纺织服装业所属行业利息保障倍数
4.5中国纺织服装所属行业财务状况综合评价
第五章 2017-2021年中国纺织服装所属行业市场发展分析
5.1纺织服装市场发展特征分析
5.1.1纺织服装消费行为特征
5.1.2主力消费群体特征
5.1.3智能纺织服装消费潜力
5.2中国纺织服装市场竞争状况分析
5.2.1市场集中度分析
5.2.2品牌竞争状况
5.2.3渠道竞争状况
5.2.4行业竞争格局
5.2.5竞争力影响因素
5.3中国纺织服装专业市场运行分析
5.3.1市场运行现状
5.3.2市场景气指数
5.3.3市场结构分析
5.3.4市场发展态势
5.4中国纺织服装电子商务市场分析

5.4.1市场发展状况
5.4.2市场交易规模
5.4.3 B2B协同发展
5.4.4网络零售规模
5.4.5专业市场升级
5.4.6基础服务建设
第六章 2017-2021年中国纺织服装加工行业发展深度分析
6.1中国服务加工业发展综述
6.1.1行业发展状况
6.1.2成本管理分析
6.1.3企业经营模式
6.1.4主要问题分析
6.1.5转型升级对策
6.2纺织服装加工数字化生产线构建分析
6.2.1主要建设背景
6.2.2总体技术方案
6.2.3主要组成部分
6.2.4设备联网功能
6.2.5管控系统软件
6.2.6应用影响分析
6.3中国纺织服装加工行业竞争结构分析
6.3.1产业内现有企业的竞争
6.3.2潜在进入者的威胁
6.3.3替代品的威胁
6.3.4供应商的议价能力
6.3.5购买者讨价还价能力
6.4中国纺织服装加工行业SWOT分析
6.4.1优势（strength）
6.4.2劣势（weakness）
6.4.3机会（opportunity）
6.4.4威胁（threat）
6.5中国纺织服装加工行业投资风险分析
6.5.1火灾和爆炸
6.5.2营业中断风险
6.5.3机器损坏风险

6.5.4雇主责任风险
6.5.5产品责任风险
6.5.6环境污染风险
6.5.7公众责任风险
6.6中国纺织服装加工行业重点客户实施战略
6.6.1实施重点客户战略的必要性
6.6.2合理确立重点客户
6.6.3重点客户战略管理
6.6.4重点客户管理功能
6.7纺织服装加工企业GSD标准工时实施路径
6.7.1传统纺织服装企业主要管理问题
6.7.2 GSD标准工时概念与引进意义
6.7.3 GSD标准工时实施方案
6.7.4 GSD标准工时实施效果
第七章 2017-2021年中国部分地区纺织服装行业发展分析
7.1广东
7.1.1加工业产量分析
7.1.2市场销售分析
7.1.3区域出口市场分析
7.1.4行业发展效益分析
7.1.5行业固定资产投资
7.2江苏
7.2.1纺织服装业发展综述
7.2.2消费市场发展分析
7.2.3市场采购贸易试点
7.2.4加工业产量分析
7.2.5技术品牌制约因素
7.2.6纺织服装版型技术作用
7.2.7技术品牌构建策略
7.2.8企业竞争力提升建议
7.3浙江
7.3.1区域发展成就
7.3.2温州发展状况
7.3.3重点企业分析
7.3.4主要发展问题

7.3.5未来发展目标
7.4安徽
7.4.1区域发展现状
7.4.2安庆市发展状况
7.4.3区域发展空间
7.4.4区域发展问题
7.4.5产业发展建议
7.5新疆
7.5.1区域发展现状
7.5.2加工业产量分析
7.5.3产业投资状况
7.5.4产业发展建议
7.5.5产业发展规划
7.6其它地区
7.6.1河北
7.6.2河南
7.6.3福建
第八章 2017-2021年女装所属行业发展分析
8.1中国女装行业发展分析
8.1.1行业发展特点
8.1.2市场份额占比
8.1.3行业发展规模
8.1.4行业区域格局
8.1.5市场规模预测
8.2中国女装市场竞争分析
8.2.1行业竞争特点分析
8.2.2高端市场品牌格局
8.2.3市场品牌竞争格局
8.2.4高端品牌经营状况
8.3 2017-2021年中国女装电商发展分析
8.3.1女装网购价位格局
8.3.2女装网店商城分布
8.3.3女装电商平台销售规模
8.3.4女装网购决策因素分析
8.4中国女装行业存在的问题及对策分析

8.4.1行业突出矛盾
8.4.2行业发展策略
8.4.3自主品牌培育
8.4.4渠道建设策略
8.4.5市场营销策略
8.5中国女装市场发展展望
8.5.1行业发展趋势
8.5.2市场发展方向
8.5.3产品发展趋势
第九章 2017-2021年男装所属行业发展分析
9.1 2017-2021年国外男装产业发展状况
9.1.1产业主要发展脉络
9.1.2市场增速逐步上升
9.1.3市场变化特点分析
9.1.4美国男装进出口情况
9.1.5意大利男装市场分析
9.1.6俄罗斯男装消费分析
9.1.7国内外男装市场特点对比
9.2 2017-2021年中国男装所属行业发展状况
9.2.1行业发展态势
9.2.2网购市场崛起
9.2.3内销价格指数
9.2.4行业景气指数
9.2.5市场需求特点
9.3中国男装产业集群分布
9.3.1我国男装市场分布格局
9.3.2福建男装品牌发展状况
9.3.3福建石狮男装产业集群
9.3.4江苏常熟男装产业集群
9.3.5浙江温州男装产业集群
9.3.6浙江宁波男装产业集群
9.3.7广东惠城男装产业集群
9.4男装市场品牌发展分析
9.4.1品牌发展格局
9.4.2品牌发展态势

9.4.3品牌运营模式
9.4.4品牌创新策略
9.4.5品牌发展趋势
9.5男装产业竞争格局解析
9.5.1竞争力影响因素
9.5.2行业竞争主体分析
9.5.3国内企业竞争动态
9.5.4中日男装竞争模式
9.5.5市场竞争态势分析
9.5.6企业核心竞争力
9.5.7品牌竞争力问题
9.5.8竞争力提升策略
9.6中国男装行业存在问题及对策分析
9.6.1企业存在问题
9.6.2市场发展对策
9.6.3市场销售策略
9.7中国男装行业未来发展分析
9.7.1行业发展趋势
9.7.2产业发展方向
9.7.3设计趋势分析
9.7.4定制趋势加强
第十章 2017-2021年童装所属行业发展分析
10.1 2017-2021年童装所属行业整体发展分析
10.1.1产业生命周期
10.1.2市场规模分析
10.1.3市场发展特征
10.1.4人均消费水平
10.1.5行业监管政策
10.1.6产业发展特征
10.1.7产业结构状况
10.1.8区域发展格局
10.2 2017-2021年中国童装市场竞争格局
10.2.1企业运营状况
10.2.2企业竞争布局
10.2.3市场融资动态

10.2.4跨界企业进入
10.3童装网购市场发展分析
10.3.1童装电商市场规模状况
10.3.2童装电商市场竞争状况
10.3.3产品质量成为发展短板
10.3.4网购童装市场监管加强
10.3.5线上线下互动发展趋势
10.4中大童装市场剖析
10.4.1中大童装市场需求
10.4.2中大童装市场状况
10.4.3中大企业面临的问题
10.5 2017-2021年中国童装品牌的发展分析
10.5.1童装发展品牌市场的背景
10.5.2童装企业自主品牌的发展
10.5.3高端童装品牌销售渠道透析
10.5.4中国十大童装品牌分析
10.5.5我国童装品牌格局分析
10.5.6童装品牌细分市场定位
10.5.7童装市场品牌塑造策略
10.6中国童装消费市场剖析
10.6.1童装消费的主要特征
10.6.2影响童装消费的因素
10.6.3童装消费水平多层次
10.6.4童装市场消费需求现状
10.6.5童装个性化消费来临
10.7部分地区童装市场分析
10.7.1山东省即墨市
10.7.2浙江省织里镇
10.7.3广州童装批发市场
10.7.4东莞童装批发城
10.8童装产业存在的问题及对策
10.8.1成人化问题
10.8.2安全健康问题
10.8.3品牌意识不强
10.8.4文化底蕴不足

10.8.5市场发展策略
10.8.6柔性供应链模式
10.9中国童装行业前景趋势分析
10.9.1政策机遇分析
10.9.2需求机遇分析
10.9.3发展前景展望
10.9.4市场需求趋向
10.9.5产业发展趋势
第十一章 2017-2021年内衣所属行业发展分析
11.1 2017-2021年国际内衣行所属行业发展分析
11.1.1市场发展态势
11.1.2行业发展特征
11.1.3运动内衣市场火热
11.1.4市场发展新动向
11.1.5主要国家的发展
11.1.6产业规模预测
11.2 2017-2021年中国内衣产业发展状况
11.2.1产业链环节
11.2.2行业发展综述
11.2.3行业发展热点
11.2.4资本市场动态
11.2.5高端市场发展
11.3中国盐步内衣指数统计分析
11.3.1内衣指数简介
11.3.2内衣价格水平
11.3.3产业景气程度
11.3.4内衣时尚水平
11.3.5指数趋势展望
11.4 2017-2021年中国内衣市场竞争格局
11.4.1市场竞争差异化
11.4.2内衣品牌企业排名
11.4.3重点企业运营状况
11.4.4微商布局线下市场
11.4.5跨界企业布局
11.4.6国际品牌布局

11.4.7区域生产格局
11.5内衣细分产品发展分析
11.5.1针织内衣
11.5.2保暖内衣
11.5.3少女内衣
11.5.4男性内衣
11.5.5儿童内衣
11.5.6孕妇内衣
11.6部分地区内衣产业分析
11.6.1浙江
11.6.2深圳
11.6.3盐步
11.7中国内衣行业存在问题及对策分析
11.7.1行业存在问题
11.7.2企业面临挑战
11.7.3行业发展策略
11.7.4经销商资源整合
11.7.5营运系统策略
11.7.6企业突围策略
11.8中国内衣市场未来的发展
11.8.1产业升级机遇
11.8.2行业发展趋势
11.8.3模式发展趋势
11.8.4内衣穿着趋势
第十二章 2017-2021年休闲装及运动装发展分析
12.1 2017-2021年中国休闲装行业发展概况
12.1.1品牌发展格局
12.1.2上市企业状况
12.1.3上市企业布局
12.1.4区域发展格局
12.1.5市场规模预测
12.2中国主要地区休闲装发展分析
12.2.1江苏海虞镇
12.2.2福建石狮市
12.2.3广东虎门镇

12.3休闲装细分产品发展分析
12.3.1美式风格休闲服
12.3.2商务休闲装
12.3.3时尚休闲装
12.3.4青春休闲服
12.4 2017-2021年运动装市场发展分析
12.4.1市场规模状况
12.4.2品牌指数排名
12.4.3企业运营状况
12.4.4资本市场动态
12.4.5未来发展预测
12.5休闲装面临的问题及发展策略分析
12.5.1主要发展问题
12.5.2企业发展问题
12.5.3品牌定位差异化
12.5.4企业发展方向
12.5.5企业经营思路
12.6中国休闲运动纺织服装市场前景趋势
12.6.1市场发展趋向
12.6.2产品发展方向
12.6.3消费趋势分析
12.6.4时装化发展趋势
12.6.5高性能发展趋势
第十三章 2017-2021年羽绒服行业发展分析
13.1中国羽绒服行业概况
13.1.1行业发展综述
13.1.2行业发展特点
13.1.3市场普及率分析
13.1.4行业标准化进展
13.2 2017-2021年中国羽绒服市场发展分析
13.2.1生产环节分析
13.2.2市场发展态势
13.2.3市场品牌排行
13.2.4市场竞争压力
13.3 2021年中国羽绒服线上市场销售分析

13.3.1男装羽绒服
13.3.2女装羽绒服
13.3.3运动品牌羽绒服
13.3.4传统品牌羽绒服
13.4中国羽绒纺织服装市场存在的问题
13.4.1品牌及管理问题
13.4.2产品销售渠道问题
13.4.3中小品牌面临的挑战
13.5中国羽绒服市场的发展趋势
13.5.1品牌集中度高
13.5.2面辅料需求提升
13.5.3产品发展方向
13.6龙头企业案例分析——波司登
13.6.1企业发展概况
13.6.2市场销量情况
13.6.3收入情况分析
13.6.4企业发展策略
第十四章 2017-2021年职业装行业发展分析
14.1中国职业装行业发展概况
14.1.1产品特点介绍
14.1.2行业发展现状
14.1.3产业链深度合作
14.1.4衬衫加工业介绍
14.1.5行业发展规划
14.2 2017-2021年中国职业装市场分析
14.2.1职业装市场分类
14.2.2职业装市场特征
14.2.3职业装市场调查
14.2.4职业工装市场概述
14.2.5职业工装市场规模
14.3 2017-2021年中国职业装品牌分析
14.3.1品牌发展历程
14.3.2品牌化发展趋势
14.3.3品牌存在问题
14.3.4品牌创新策略

14.4职业装行业存在的问题及发展对策
14.4.1行业面临问题
14.4.2行业转型策略
14.4.3行业创新思路
14.4.4行业发展建议
14.4.5细分领域拓展策略
14.5中国职业装市场的前景趋势
14.5.1市场发展空间
14.5.2市场发展趋势
14.5.3市场需求提升
14.5.4未来发展目标
第十五章 2017-2021年中国纺织服装所属行业进出口分析
15.1 2017-2021年中国纺织品纺织服装对外贸易总体分析
15.1.1 2020年贸易分析
15.1.2 2021年贸易分析
15.2 2017-2021年中国纺织服装行业对外贸易分析
15.2.1出口总量分析
15.2.2出口行情分析
15.2.3出口主要国家地区分析
15.2.4主要出口企业分析
15.3 2017-2021年中国衬衫行业市场对外贸易分析
15.3.1衬衫贸易整体情况
15.3.2男衬衫贸易分析
15.3.3女衬衫贸易分析
第十六章 2017-2021年纺织服装市场竞争分析
16.1国际纺织服装市场竞争态势分析
16.1.1纺织服装产业价值链分析
16.1.2北美纺织服装市场竞争态势
16.1.3亚洲纺织服装行业竞争态势
16.1.4欧洲纺织服装企业竞争力分析
16.1.5中国纺织服装企业竞争力分析
16.2国外纺织服装品牌在华竞争情况
16.2.1品牌竞争优势分析
16.2.2竞争格局变化情况
16.2.3快时尚品牌竞争力

16.2.4休闲装品牌竞争形势
16.3 2017-2021年国内纺织服装市场竞争分析
16.3.1行业竞争结构分析
16.3.2国内市场竞争现状
16.3.3哑铃型品牌竞争格局
16.3.4设计师品牌竞争力分析
16.3.5纺织服装业线上市场竞争形势
16.3.6纺织服装行业竞争趋势分析
16.4 2017-2021年童装市场竞争分析
16.4.1童装市场竞争激烈
16.4.2童装市场竞争格局
16.4.3国内童装品牌排名
16.4.4高中低端品牌竞争分析
16.5纺织服装企业市场竞争模式解析
16.5.1快速反应模式
16.5.2服务差异化模式
16.5.3目标集聚模式
16.6纺织服装行业的竞争策略分析
16.6.1应对国际竞争的战略
16.6.2提高产业竞争力的对策
16.6.3打造品牌竞争力的策略
16.6.4品牌竞争战略案例分析
第十七章 2017-2021年纺织服装行业营销分析
17.1纺织服装行业销售渠道概述
17.1.1零售百货商场
17.1.2纺织服装专业市场
17.1.3连锁专卖店
17.1.4纺织服装超市（折扣店）
17.1.5“店中店”模式
17.1.6网络市场销售
17.2中国纺织服装营销市场概况
17.2.1纺织服装消费影响因素
17.2.2重视移动网络营销
17.2.3纺织服装营销存在的缺陷
17.2.4品牌营销存在的问题

17.2.5营销渠道存在的矛盾
17.3纺织服装行业营销策略分析
17.3.1营销策略制定原则
17.3.2会员制营销策略
17.3.3文化营销分析
17.3.4视觉营销分析
17.3.5色彩营销分析
17.3.6运用RFID技术
17.4互联网环境下纺织服装营销策略研究
17.4.1线下线上结合销售模式
17.4.2注重纺织服装品牌的塑造
17.4.3建立网络数据库营销
17.4.4品牌差异化推广策略
17.4.5整合营销与推广策略
17.5童装市场营销策略分析
17.5.1主要营销策略
17.5.2定位营销策略
17.5.3营销渠道分析
17.5.4营销创新发展
17.5.5色彩营销策略
17.5.6目标市场营销
17.6其他纺织服装细分产品营销策略
17.6.1打造内衣终端策略
17.6.2内衣终端促销方式
17.6.3体育纺织服装营销策略
17.6.4老年纺织服装营销策略
第十八章 中国纺织服装行业上市公司分析
18.1雅戈尔集团股份有限公司
18.1.1企业发展概况
18.1.2经营效益分析
18.1.3业务经营分析
18.1.4财务状况分析
18.1.5核心竞争力分析
18.1.6公司发展战略
18.2宁波杉杉股份有限公司

18.2.1企业发展概况
18.2.2经营效益分析
18.2.3业务经营分析
18.2.4财务状况分析
18.2.5核心竞争力分析
18.2.6公司发展战略
18.3报喜鸟控股股份有限公司
18.3.1企业发展概况
18.3.2经营效益分析
18.3.3业务经营分析
18.3.4财务状况分析
18.3.5核心竞争力分析
18.3.6公司发展战略
18.4福建七匹狼实业股份有限公司
18.4.1企业发展概况
18.4.2经营效益分析
18.4.3业务经营分析
18.4.4财务状况分析
18.4.5核心竞争力分析
18.4.6公司发展战略
18.5江苏红豆实业股份有限公司
18.5.1企业发展概况
18.5.2经营效益分析
18.5.3业务经营分析
18.5.4财务状况分析
18.5.5核心竞争力分析
18.5.6公司发展战略
18.6湖北美尔雅股份有限公司
18.6.1企业发展概况
18.6.2经营效益分析
18.6.3业务经营分析
18.6.4财务状况分析
18.6.5核心竞争力分析
18.6.6公司发展战略
18.7上海开开实业股份有限公司

18.7.1企业发展概况
18.7.2经营效益分析
18.7.3业务经营分析
18.7.4财务状况分析
18.7.5核心竞争力分析
18.7.6公司发展战略
18.8浙江森马服饰股份有限公司
18.8.1企业发展概况
18.8.2经营效益分析
18.8.3业务经营分析
18.8.4财务状况分析
18.8.5核心竞争力分析
18.8.6公司发展战略
第十九章 中国纺织服装行业其他品牌企业介绍
19.1男装主要生产企业介绍
19.1.1罗蒙
19.1.2庄吉
19.1.3柒牌
19.2女装主要生产企业介绍
19.2.1艾格
19.2.2日播时尚
19.2.3莫名
19.3休闲装主要生产企业介绍
19.3.1以纯
19.3.2班尼路
19.3.3真维斯
19.3.4美特斯邦威
19.4运动装主要生产企业介绍
19.4.1耐克
19.4.2阿迪达斯
19.4.3李宁
19.4.4安踏
第二十章 中国纺织服装行业投资动态分析
20.1上市公司在纺织服装行业投资动态分析
20.1.1投资项目综述

20.1.2投资区域分布
20.1.3投资模式分析
20.1.4典型投资案例
20.2纺织服装行业上市公司投资动态分析
20.2.1投资规模统计
20.2.2投资区域分布
20.2.3投资模式分析
20.2.4典型投资案例
第二十一章 纺织服装行业投资潜力分析
21.1 2017-2021年国际纺织服装行业投资概况
21.1.1国外服饰企业并购状况
21.1.2缅甸成纺织服装投资热土
21.1.3美国纺织服装制造业回流
21.1.4非洲纺织服装业投资机会
21.2 2017-2021年中国纺织服装行业投资状况
21.2.1行业投资规模
21.2.2资本并购现状
21.2.3行业投资特征
21.3中国纺织服装行业投资机遇分析
21.3.1借互联网实现弯道超车
21.3.2资本驱动资源整合
21.3.3主业并购延伸
21.3.4快时尚生产方式
21.3.5个性化定制
21.4纺织服装专业市场投资分析
21.4.1投资模式及其影响
21.4.2投资火热的成因
21.4.3对外投资情况
21.4.4市场投资机遇
21.5中国纺织服装产业投资壁垒分析
21.5.1资金壁垒
21.5.2技术壁垒
21.5.3政策壁垒
21.5.4品牌壁垒
21.5.5营销网络壁垒

21.5.6人才壁垒
21.6中国纺织服装产业投资建议
21.6.1行业投资导向
21.6.2市场布局策略
21.6.3品牌运营思路
第二十二章 2022-2027年纺织服装行业发展前景分析
22.1世界纺织服装行业发展前景分析
22.1.1零售市场规模预测
22.1.2行业发展趋势分析
22.1.3电商渠道份额上升
22.1.4亚洲区域发展前景良好
22.2中国纺织服装行业前景展望
22.2.1行业未来前景
22.2.2行业发展趋势
22.2.3行业发展方向
22.3“十四五”中国纺织服装行业发展分析
22.3.1发展形势
22.3.2发展方向
22.3.3重点任务
22.4 2022-2027年中国纺织服装行业预测分析
22.4.1 2022-2027年中国纺织服装行业影响因素分析
22.4.2 2022-2027年中国纺织服装行业收入预测
22.4.3 2022-2027年中国纺织服装行业利润预测
图表目录：
图表1 2017-2021年全球纺织服装产品实际销售额及同比增速
图表2 2017-2021年全球纺织服装产品出口情况
图表3 2017-2021年美国纺织服装品实际销售额
图表4 2021年美国纺织服装进口单价对比统计表
图表5 2021年美国纺织服装进口份额统计表
图表6 2017-2021年美国纺织服装产品消费情况
图表7纺织服装产业链架构
图表8制造业产业链基本结构
图表9 2017-2021年日本纺织服装产品销售情况
图表10 2017-2021年日本纺织服装产品消费与进口情况
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/clothing/760656.html